

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: 200311075

UDC _____

厦门大学

硕 士 学 位 论 文

“四大”在中国的竞争策略:

中国证券市场的初步证据

The Big Four's Competitive Strategies:

Tentative Evidence from Chinese Securities Market

周 娟

指导教师姓名: 黄京菁 副教授

专 业 名 称: 会 计 学

论文提交日期: 2006 年 5 月

论文答辩日期: 2006 年 6 月

学位授予日期: 2006 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2006 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

- 1、保密（ ），在 年解密后适用本授权书。
- 2、不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：

日期： 年 月 日

导师签名：

日期： 年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

内容摘要

“四大”的加速扩张是本文选题的背景。以往的研究基本上都着眼于“四大”在我国审计市场的某项具体行为，本文采用定性分析与定量分析相结合的方法，系统研究了“四大”在我国审计市场的行为表现，试图归纳和抽象出其竞争策略。

以往研究表明，我国近年来审计市场集中度有不断提高的趋势，证券审计市场的集中度高于总体审计市场集中度。本文在总结前人研究的基础上，运用波特的“五力”分析法剖析了我国审计市场结构，并据此提出会计师事务所的一般竞争战略。以此为背景，本文具体分析了“四大”在我国审计市场的各种策略：

首先，在进入策略上，为破除政府管制壁垒和区域壁垒，“四大”早期采取建立中外合作会计师事务所的策略进驻我国审计市场。近年来，“四大”更多采取设立分所的策略来打破区域壁垒，拓展外地市场。

其次，在行业选择策略上，“四大”偏好审计固定资产投资大、规模经济效益明显的行业。但我们没有观察到“四大”的行业专长行为。

最后，在客户选择策略上，我们通过实证检验发现，偏好“四大”审计的客户与我国本土大所客户相比，规模更大，经营状况更好，审计风险更低。同时，注册地位于北京、上海或广东的客户更偏好“四大”审计，某些行业可能也存在审计偏好。由于事务所选择客户过程的不可观测性，我们只能通过“四大”的客户群体特征（选择后的结果）来推测“四大”的选择策略。

上述分析表明，“四大”在我国的总体竞争战略是目标集中差异化战略。

此外，本文以香港安永与大华的合并为例，通过分析合并动因、合并效应及其客户发生审计变更的影响因素，进一步验证了“四大”在我国的竞争战略。

本文在以上研究的基础上，对我国会计师事务所和证券市场监管提出了相应建议。

关键词：四大；审计市场；竞争策略

厦门大学博硕士论文摘要库

Abstract

Under the big four's rapid enlargement in China, compared with the former studies focusing on some aspects of the big four's behavior, the dissertation analyses the big four's behavior in domestic audit market in an all-round way, intending to summarize their competitive strategies.

The former research shows that concentration rate in domestic audit market is increasing and the concentration rate in the securities market is higher than the whole audit market. Based on the former research, according to Porter's "five competitive forces" framework, we discuss the present audit market structure in China and put forward the related CPA firms' competitive strategies. Under the background, the dissertation analyzes several strategies of the big four in domestic audit market.

First, in order to hurdle the barriers of government and region, they set up accounting corporations with Chinese agencies in the early time. In the expanding stage, the big four follow the way of opening filiales to break those barriers and develop audit market in other areas.

Second, they are inclined to audit those industries which own huge fixed assets investments and prominent scale economy. But they don't use industry specialization as a differentiation strategy.

Third, the empirical results suggest that the corporates which choose the big four for auditing have bigger size, better operating status, and lower audit risks than domestic big CPA firms' clients. Since the process of CPA firms choosing clients is unobservable, we can speculate their clients' choosing strategy only by analyzing the characters of the big four's clients. Additionally, the results prove the entry strategy and the industry-chosen strategy of the big four to some extent.

By an overall analysis to the big four's behavior in domestic audit market, we draw the conclusion that the big four's basic competitive strategy in China is focus and differentiation strategy.

Besides, we use field study method to research into the merger of EY and DaHua CPA firms, verifying the big four's competitive strategies by analyzing drives and effects of the merger, and the factors which affect auditor turnover as well.

In the end, some suggestions are put forwarded to CPA firms and securities market supervisor.

Key Words: The Big Four; Audit Market; Competitive Strategy

厦门大学博硕士论文摘要库

目录

第 1 章 绪论	1
1.1 选题缘起	1
1.2 若干概念界定	2
1.3 本文结构安排	3
第 2 章 我国审计市场结构与会计师事务所竞争战略分析	4
2.1 市场结构分析及基本竞争战略	4
2.1.1 市场结构的基本类型	4
2.1.2 产业结构性分析	5
2.1.3 基本竞争战略	6
2.2 我国审计市场结构	7
2.2.1 我国审计市场结构类型	7
2.2.2 我国审计市场结构性分析	12
2.3 会计师事务所的竞争战略	19
第 3 章 “四大”的进入策略	21
3.1 “四大”进入我国审计市场的壁垒	21
3.1.1 政府管制壁垒	21
3.1.2 地域壁垒	22
3.2 “四大”的进入策略	24
3.2.1 “四大”早期的进入策略	24
3.2.2 “四大”的扩张策略	25
第 4 章 “四大”的审计行业选择策略	30
4.1 “四大”在我国的审计行业	30
4.1.1 整体行业分布	30
4.1.2 个体行业分布	33
4.2 “四大”在我国的行业专长行为研究	35
4.2.1 国外文献回顾	35
4.2.2 “四大”在我国的行业专长行为研究	38
4.3 小结	42
第 5 章 “四大”的客户选择策略	44
5.1 理论综述与研究假设	44

5.2 研究设计	46
5.2.1 数据来源与样本选取.....	46
5.2.2 变量及其设置.....	47
5.2.3 研究模型.....	49
5.3 样本的统计性描述	49
5.4 实证检验结果	50
5.4.1 总样本回归结果.....	50
5.4.2 分年度样本回归结果.....	52
5.5 结论.....	55
第 6 章 案例研究：安永与大华的合并	58
6.1 背景简介	58
6.2 合并动因	59
6.2.1 文献回顾.....	59
6.2.2 安永与大华合并的动因.....	59
6.3 合并效应	62
6.3.1 客户总体变化.....	62
6.3.2 客户地区分布变化.....	65
6.3.3 客户行业分布变化.....	65
6.4 审计变更的因素分析	66
6.4.1 文献回顾.....	66
6.4.2 安永大华合并前后客户变化的因素分析.....	69
6.4.3 关于安永大华客户审计变更的实证分析.....	75
6.5 小结.....	81
第 7 章 总结	83
7.1 研究结论	83
7.2 建议.....	84
7.3 本文创新与不足	85
7.4 后续研究展望	86
附录 注册会计师行业法律责任相关法规汇总	87
参考文献.....	89
后记.....	95

Contents

Chapter 1 Introduction.....	1
1.1 Motivation and Objective of the Dissertation	1
1.2 Definition of Some Terms	2
1.3 An Overview of the Dissertation	3
Chapter 2 Analysis on Chinese Audit Market Structure and CPA Firms' Competitive Strategies.....	4
2.1 Introduction to Market Structure and Basic Competitive Strategies	4
2.1.1 The Main Types of Market Structure	4
2.1.2 Structural Analysis of Industry	5
2.1.3 Basic Competitive Strategies	6
2.2 Analysis on Chinese Audit Market Structure	7
2.2.1 The Main Types of Audit Market Structure in China.....	7
2.2.2 Structural Analysis on Audit Market.....	12
2.3 CPA Firms' Competitive Strategies	19
Chapter 3 Entry Strategies of the Big Four.....	21
3.1 Barriers to Entry	21
3.1.1 Government Regulation	21
3.1.2 Regional Barrier.....	22
3.2 Entry Strategies	24
3.2.1 Entry Strategies in the Preliminary Stage	24
3.2.2 Entry Strategies in the Expanding Stage.....	25
Chapter 4 The Big Four's Choice on Audit Industry	30
4.1 The Big Four's Audit Industry Distribution.....	30
4.1.1 Industry Distribution of the Whole Big Four's Audit Industry.....	30
4.1.2 Industry Distribution of each of the Big Four's Audit Industry.....	33
4.2 Study on Industry Specialization of the Big Four in China	35
4.2.1 Foreign Literature Review	35
4.2.2 Study on Industry Specialization of the Big Four in China	38
4.3 Conclusions	42
Chapter 5 The Big Four's Choice on Clients	44

5.1 Theoretic Summary and Research Hypothesis	44
5.2 Research Design	46
5.2.1 Sample Source and Selection.....	46
5.2.2 Variable Setting	47
5.2.3 Research Model	49
5.3 Descriptive Statistics of Sample	49
5.4 Empirical Results	50
5.4.1 Regression Results of the Whole Sample	50
5.4.2 Regression Results of Yearly Samples.....	52
5.5 Conclusions.....	55
Chapter 6 Case study: Merger of EY and DaHua	58
6.1 Background.....	58
6.2 Drives to the Merger	59
6.3.1 Literature Review.....	59
6.3.2 Drives to the Merger	59
6.3 Effects upon the Merger.....	62
6.3.1 Overall Viarance	62
6.3.2 Viarance of Area Distribution	65
6.3.3 Viarance of Industry Distribution	65
6.4 Analysis of Auditor Turnover.....	66
6.4.1 Literature Review.....	66
6.4.2 Theoretic Research on Auditor Turnover.....	69
6.4.3 Empirical Research on Auditor Turnover	75
6.5 Conclusions	81
Chapter 7 Summary	83
7.1 Conclusions.....	83
7.2 Suggestions.....	84
7.3 Contributions and Limitations	85
7.4 Prospects	86
Appendix:Codes of Legal Duties Related to CPA Industry	87
Bibliography	89
Postscripts	95

第1章 绪论

1.1 选题缘起

2005年3月19日,国际“四大”会计师事务所之一德勤宣布与北京天健会计师事务所正式签署全面合并协议。双方于6月1日进行了业务及人员的全面合并。同年8月4日,德勤与深圳天健信德正式签署合并协议。^①至此,“天健系”旗下的两大会计师事务所正式并入德勤。

消息传出,业界一片哗然。“天健系”是天健会计师事务所与深圳天健信德、浙江天健、厦门天健、重庆天健及辽宁天健会计师事务所联合组建的天健会计师事务所集团。它的运作遵循“四统一两独立”的原则,即统一品牌、统一标准、统一包装、统一报表和独立核算、独立承担民事法律责任^②。尽管天健系是一个松散型的组织,但因其合伙人及各所已有的良好声誉和业绩,它在我国审计市场的发展势头也比较迅猛。根据中注协公布的2005年百强所信息,“天健系”六家事务所2004年的业务收入总和为2.5亿元,高于2004年国内所排第一的上海立信长江会计师事务所(1.53亿)^③。

是何原因导致“天健系”两大所放弃本土化发展道路投向国际所的怀抱?德勤选择合并这两家事务所是出于什么考虑?

在德勤大力抢占中国市场的同时,毕马威、普华永道和安永也相继宣布,将在内地大范围招兵买马,将在今年或短期内以3倍以上速度在内地进行扩张^④。至此,“四大”在中国的“圈地”运动再次拉开序幕。

从中注协公布的2003~2005年百强所名单^⑤来看,“四大”已然稳居前四,将我国本土所远远地拉在了后面。“四大”何以在中国发展得如此迅猛?它们在

^① 2005 中国会计业十大新闻[EB]. http://www.cw-sh.com/aspnews/Article_View.asp?id=978.

^② 陶闯.天健系瓦解[EB]. <http://www.gdicpa.org.cn/purviewnews.asp?id=1007&ClassMark=14>, 2005-08-01.

^③ 中国注册会计师协会.2005 年度会计师事务所全国百家信息[EB].<http://www.cicpa.org.cn/ReadNews.asp?ID=6850&BigClassName=280&SmallClassName=>, 2005-09-02.

^④ 四大会计所在华大扩张[EB]. <http://www.bicpa.org/n1214c147.aspx>, 2005-10-21.

^⑤ 中国注册会计师协会.2003 年度会计师事务所全国百家信息[EB]. <http://www.cicpa.org.cn/ReadNews.asp?ID=6848&BigClassName=280&SmallClassName=>, 2005-09-02.

中国注册会计师协会.2004 年度会计师事务所全国百家信息[EB].<http://www.cicpa.org.cn/ReadNews.asp?ID=6849&BigClassName=280&SmallClassName=>, 2005-09-02.

中国注册会计师协会.2005 年度会计师事务所全国百家信息[EB]. <http://www.cicpa.org.cn/ReadNews.asp?ID=6850&BigClassName=280&SmallClassName=>, 2005-09-02.

我国审计市场环境中有怎样的表现？这些问题引起了笔者浓厚的兴趣，同时也是本文试图探讨和解答的重点所在。

1.2 若干概念界定

（一）“四大”

本文所述“四大”指国际四大会计师事务所在中国成立的中外合作会计师事务所——安永华明、毕马威华振、德勤华永（2002 年以前为“沪江德勤”）和普华永道中天。当涉及 2001 年及以前年度数据时，“四大”变为“五大”，即将安达信华强纳入研究。本文“四大”自始至终不包括安永大华，因为大华与安永合并后市场份额和领导地位并没有得到显著提升（如后分析），与“四大”差距较大。笔者认为，将安永大华纳入“四大”的范围会给“四大”的行为研究添加“噪音”，故将其剔除。

（二）本土大所

本文将中国注册会计师协会公布的 2005 年度会计师事务所全国百家信息中业务总收入超过 0.5 亿元的事务所（除去“四大”和安永大华）界定为本土大所，这样共得到本土大所 18 家。剔除安永大华的理由是，我们不能确定大华与安永合并后是否存在战略性转变，转变到底有多大。

18 家本土大所按照 2005 年百强所排名^①依次为：上海立信长江、信永中和、中审、岳华、中瑞华恒信、北京京都、天职致信、江苏公证、天健、利安达信隆、上海众华沪银、浙江天健、中和正信、浙江东方中汇、湖北大信、深圳鹏城、北京中天华正和广州羊城（上述名称均略去“会计师事务所”字样）。其中，中和正信是天一与其他事务所于 2002 年合并而来的，因仅天一具备证券期货从业资格，故 2001～2002 年数据由天一替代中和正信；浙江东方中汇是 2004 年由浙江东方与浙江中汇合并而成的，二者在 2004 年以前均没有审计上市公司，故 2004 年之前的数据不包括该所。

^① 中国注册会计师协会. 2005 年度会计师事务所全国百家信息[EB]. <http://www.cicpa.org.cn/ReadNews.asp?ID=6850&BigClassName=280&SmallClassName=>, 2005-09-02.

1.3 本文结构安排

本文采用定性分析与定量分析相结合的方法,在研究我国审计市场特征的基础上,运用 T 检验、Logistic 回归等统计方法分析了“四大”在我国审计市场的行为数据,试图归纳和抽象出“四大”的竞争策略。本文结构安排如下:

第 1 章是绪论,旨在引出本文研究问题及介绍本文框架,以便读者从总体上把握本文的主要内容。

第 2 章是在分析前人研究成果的基础上对我国审计市场进行定位,并借用波特的“五力”分析框架分析了我国审计市场结构,据此提出会计师事务所的基本竞争策略。

第 3 章分析了“四大”进入我国审计市场的壁垒及进入策略,并探寻了“四大”在我国分所设置的地区偏好。

第 4 章描述了“四大”在我国的审计行业分布状况,并对“四大”在我国是否存在行业专长进行了探讨。

第 5 章运用实证方法检验了偏好“四大”审计的客户群体的某些特征,通过客户的审计需求阐释“四大”与客户之间的双向选择。

第 6 章对安永与大华的合并进行个案研究,分析了安永与大华的合并动因及合并效应,并通过探讨安永大华客户发生审计变更的影响因素来发掘我国高质量审计的需求主体,进而从侧面研究“四大”的市场行为。

第 7 章总结本文研究结论,然后提出建议,并指出创新与不足,最后进一步明确后续研究的方向。

第 2 章 我国审计市场结构与会计师事务所竞争战略分析

2.1 市场结构分析及基本竞争战略

2.1.1 市场结构的基本类型

市场结构是指企业市场关系的特征和形势。从根本上说，市场结构是反映市场竞争和垄断关系的概念。市场通常被划分为四类：完全竞争市场、完全垄断市场、寡头垄断市场和垄断竞争市场^①。

市场结构类型划分的依据有厂商数目、产品差异程度、进入市场的难易程度、厂商对产量和价格的控制程度等。其中，市场集中度^②（CR）也是一个重要衡量指标，它一般以市场内规模最大的前几位企业的有关数值（如：资产总额、产值、产量、销售额、销售量、职工人数等）占整个市场的份额来表示。市场集中度越高，表明市场的垄断程度越高。计算公式^③为：

$$CR_n = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\sum_{i=1}^N X_i}$$

其中， CR_n 指市场中规模最大的前 n 家企业的市场集中度；

X_i 指市场中的第 i 位企业的资产总额、产值、产量销售额、销售量或职工人数等数值；

n 是市场内规模最大的前几位企业数；

N 是市场中的企业总数。

关于行业集中度的分类，国际上比较通行的方法是“贝恩分类法”，如表 2-1 所示。

^① 苏东水主编,产业经济学（第二版）[M].北京：高等教育出版社，2005：98.

^② 市场集中度包括卖方集中度和买方集中度，本文指卖方集中度。

^③ 转引自（美）斯蒂芬·马丁著，史东辉等译.《高级产业经济学》[M].上海：上海财经大学出版社，2003：115.

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库